Nr. 26. Poznań, dnia 25 czerwca 1927. Rocznik 8.



Organ Związku Zakładów Graficznych i Wydawniczych na Polskę Zachodnią z siedzibą w Poznaniu.
Ceny ogłoszeń i przedpłaty znajdują się na stronie ostatniej.
Telefon 2555 — Administracja i Redakcja: Poznań, Stary Rynek 4 — P. K. O. 202868

Do naszych Szan. Abonentów!

Uprzejmie prosimy o **odnowienie prenumeraty** „Przeglądu“ na III-ci kwartał r. b. (lipiec, sierpień i wrzesień).

Prenumerata wynosi:
kwartalnie **6,—** zł

Do numeru niniejszego dołączamy **blankiet nadawczy** na P. K. O. Poznań nr. 202 868, za pomocą którego prosimy **przekazać nam przedpłatę,** inaczej bowiem dostawa czasopisma naszego ulegnie przerwie.

Wszelkie reklamacje — po zapłaceniu prenumeraty — o niedostarczanie „Przeglądu Graficznego i Papierniczego“ prosimy **najpierw** skierować do miejscowego urzędu poczt., a o ile to nie pomoże, dopiero do administracji.

Abonentów **zalegających** z przedpłatą prosimy o spieszne nadesłanie wyrównania a to celem uniknięcia przerwy w odbiorze. **Administracja.**

Na zakończenie dyskusji.

Na tle egzaminów mistrzowskich w przemyśle graficznym wyłoniła się z powodu mojego artykułu na ten temat dyskusja w „Przeglądzie Graficznym“, z której wynika, że problem ten jednak nie jest tak prostym do rozwiązania, jak to się na ogół wydawać by mogło.

Zasadniczej tezy, że egzaminy mistrzowskie na całokształt zawodu graficznego żadnego wpływu nie wywierają, żaden z autorów, dyskutujących w tej materji, rzeczowo zbić nie zdołał.

Przechodząc kolejno wywody poszczególnych autorów, na samym wstępie należy zwrócić uwagę na wywody „M-strza“ w n-rze 23-cim „Przegl. Graf.“ Autor ten, przekładając dowcipne zwroty, okraszone kilkoma frazesami filozoficznemi ponad rzeczową dyskusję fachową, wskazuje na historję prastarych cechów, które korzystały z pięknych praw i przywilejów królewskich. Przyznaje coprawda, że historją cechów drukarskich w Polsce poszczycić się nie możemy, jednak porównanie swe usiłuje poczynić na drodze analogji z takowemi. Z początku zarzuca mi, że potrzeby dzisiejsze oceniam walorami przedwojennemi, sam zaś stara się dorównać dzisiejsze ustosunkowanie warunków w drukarstwie do czasów przedpotopowych. Że taką analogję absolutnie przeprowadzić się nie da, jest zupełnie prostem. Drukarstwo dzisiejsze inną miarą musimy mierzyć, aniżeli dawniej. W gruncie rzeczy drukarstwo dawniejsze, znajdujące się jeszcze w stadjum eksperymentowania sposobami prostemi, możnaby nawet było zaliczyć do rzemiosła, gdyż mistrz w takiem rzemiośle mógł był się jeszcze poniekąd łatwo dostosować do ówczesnych wymogów i wykonać pracę mistrzowską sam, bez niczyjej pomocy. Z biegiem jednak postępu, i to bardzo znacznego, na każdem polu a szczególnie na polu rozmaitych gałęzi graficznych, zmienił za zasadniczo zakres działania, a grafik dzisiejszy doprawdy trudno orjentuje się, w jakim kierunku ma się najpierw szkolić, aby dojść do jakiej takiej doskonałości. Z tych to powodów nie wytrzymuje twierdzenia „M-strza“, jakoby dawniejsza doskonałość organizacyjna, dobrobyt mistrzów, znaczenie społeczne i polityczne rzemieślników wypływały z dawniejszych cechów, absolutnie żadnego przyrównania; jest zatem twierdzeniem, które przez siłę prądów nowoczesnych straciło zupełnie na aktualności. Nie zgadzam się również z twierdzeniem „M-strza“, że doskonałość zawodową neguje nurt społeczno-socjalny. Tutaj szan. autor zapatruje się nieco za pesymistycznie. Nie każdy bowiem woła tylko o „prawa“, zapominając przytem o obowiązkach. Mamy jeszcze duży zastęp ludzi rzeczywiście obowiązkowych, tym tylko nie daje się prawdziwego pola do działania, stawiając na ich miejscu jednostki nieodpowiednie, które oczywiście wszystkie „prawa“ absorbują wyłącznie dla siebie, zostawując obowiązki bliźnim. W końcu autor dowodzi, że „patrząc przez pryzmat prostego chłopskiego rozsądku, całe życie stoi dziś na bakier, gdyż mamy tylko półludzi, a dzisiejsza grzązka atmosfera nie znosi całych ludzi, któ-

rych dziś z latarnią w dzień biały nie znajdziesz.“ Otóż ja jestem zdania, że nie życie stoi dziś na bakier, lecz właśnie to rozumowanie tym osławionym „chłopskim“ rozumem stawia życie w tak fałszywem świetle, jak to autor wywodzi. Gdybyśmy mieli, jak nam to pragnie udowodnić „M-strz“, samych półludzi, przemysł graficzny nie byłby w stanie robić tak szalonych postępów, przeciwnie potrzebni są do tego ludzie nieprzeciętni, dzielni i poważnie myślący, unikający pomocy rozumowania chłopskiego.

Na ten sam temat w nrze 25-tym „Przegl. Graf.“ rozwodzi się autor pod pseudonimem „X“ pod tytułem „Rzemiosło — Przemysł — Sztuka“. Stara się przeprowadzić analizę, czy zawód nasz zaliczyć do rzemiosła, przemysłu lub sztuki i w końcu, zdaje się, przychodzi do konkluzji, że „przemysł“ byłby najlepszą nazwą dla zawodu graficznego. Na ogół z wywodami autora w zupełności się zgadzam, gdyż dowodzą zupełnego wniknięcia w trudne dziś pod tym względem rozpatrywania co do naszego zawodu. Pragnąłbym tylko zaznaczyć, że jednak nie należałoby właściwie lekceważyć drukarstwa do tego stopnia, aby słowo „sztuka“ było tu czemś nie na miejscu, jeżeli już nie zupełnie śmiesznem. Przyznaję, że w drukarstwie produkuje się masowo, wyłącznie przy pomocy maszyn. Lecz zanim taki produkt dojdzie do maszyny, wymaga, szczególnie co do nowoczesnych akcydensów, szczegółowego opracowania przedwstępnego, po większej części już dziś nawet wyłącznie przy pomocy artystów, czy to malarzy czy grafików. Wobec tego maszyny stanowią tylko martwe środki pomocnicze, stojące na usługach genjalnej myśli ludzkiej. Tu nie da się porównać pierwszy lepszy przemysł, który posiadając raz sztancę czy matrycę, wyrabia maszynowo raz na zawsze jeden i ten sam przedmiot przy obsłudze prostego nieraz robotnika. Nad wykończeniem zupełnem pracy drukarskiej czuwać musi ustawicznie oko doświadczonego artysty-grafika, gdyż najmniejszy błąd techniczny stawia całą pracę do rzędu nieudałych prób terminatorskich. Gdy przeglądamy czasopisma fachowe lepszego pokroju, z respektem głowę skłonić musimy przed świetnymi rezultatami czy to litografji, offsetu czy druku kilkobarwnego lub wklęsłego. Rozumując więc w tym kierunku, można przyjść do przekonania, że drukarstwo jest przemysłem artystycznym, a nazywanie takowego „sztuką“, jest rzeczą logiczną.

Bądź jak bądź rzeczowa dyskusja nad tematem aktualnym jest dla miłującego swój zawód fachowca zawsze pewną satysfakcją i przyczynia się do wgłębienia w jądro rzeczy. Dla tego wdzięcznym mogę być obudwom poprzednio wymienionym autorom, że poczynili w tym kierunku swoje spostrzeżenia, które każdy interpretuje w sposób jak uważa. Zaskoczony jednak rzeczywiście jestem artykułem w tej samej sprawie, podpisanym „St. T.“. Autor ten prawdopodobnie mych artykułów wcale nie czytał. Lub jeżeli czytał, to w roztargnieniu. Artykuł mój o brudnej konkurencji w zawodzie uczynił na nim „wrażenie“, jakobym był przeciwnikiem wybijania się młodszej generacji drukarskiej. Wrażenia te swoje powtarza w swym artykule kilkakrotnie, bez jakiegokolwiek uzasadnienia, jakieto słowa w mych artykułach przyczyniły się do takiego pojmowania rzeczy. A szkoda wielka, bo gotów byłbym p. St. T. słowa, które może bezwiednie źle sobie interpretuje, na łamach „Przegl.“ ku ogólnemu zainteresowaniu należycie wytłomaczyć. Lecz ponieważ sam starałem się wniknąć w tendencję artykułu p. St. T., przyszedłem do przekonania, że autorowi chodzi o moje zapatrywania krytyczne w sprawie umiejętności naszych pomocników czy mistrzów. Otóż p. St. T. powinno być wiadomem, że jedynie ten, kto sprawę traktuje krytycznie, traktuje ją poważnie. Różowo traktuje się zwykle rzecz na zebraniach, gdzie dobiera się pięknych słówek, bez najmniejszej inicjatywy czynu rzeczywistego. Pisze p. St. T., że „gdyby wszyscy się tak pesymistycznie zapatrywali jak p. Kb., zawód nie postępowałby wcale i wszyscy mający chęć do dalszego kształcenia pozostaliby na tych stanowiskach, na których są“. Ja jestem zdania, że niech na tych stanowiskach pozostają, niech szkolą się na dzielnych pomocników drukarskich ku chlubie naszego zawodu i przyszłej generacji. Albowiem zaszczytniejsze jest miano dzielnego pomocnika, którego każdy zakład przyjmie, aniżeli tytuł kiepskiego mistrza, który jako taki ciężko przez życie się przepychać będzie musiał. Dlatego starać nam się trzeba w pierwszej linji o pomocnika dzielnego, którego kwalifikacje powoli dosięgną stopnia rzeczywiście mistrzowskiego. Poglądy p. St. T. są w tym kierunku bardzo różowe. Powiada on, że „dobrze orjentujący się człowiek z czasem pozna drugie działy o tyle, że będzie mógł dawać nawet wskazówki starym pracownikom z poszczególnych działów“. Jest to twierdzenie lekkomyślne, które odrzuca twarda rzeczywistość. Starym pracownikom specjalnych działów taki „dobrze orjentujący się kierownik“ napewno żadnych praktycznych wskazówek nie da, bo go wyśmieją. Można imponować takiem markowaniem znawstwa działu jedynie młodszym siłom, ale i ci z biegiem czasu poznają się na człowieku. Autor p. St. T. komunikuje w swym artykule, że był świadkiem różnych egzaminów w zawodzie. Do jakiego przyszedł przekonania? Że z powodu nieznajomości *kupieckiej* strony przeważnie wszyscy przepadają. A techniczne właściwości kandydatów, jakie były przy tych egzaminach? Przecież jeżeli autor powiadział A, to powinien i B potrafić powiedzieć. Tu przecież leży jądro rzeczy, około którego cała dyskusja się obraca.

Dla uspokojenia obawy p. St. T., jakobym zniechęcał generację drukarską od pracy nad jej wyszkoleniem, jestem zmuszony zakomunikować, że mam poza sobą już cały szereg wykładów na zebraniach fachowych, czy to pomocników, czy kierowniczych, na które uczęszczam o ile tylko możliwość ku temu się nadarzy, oraz w czasopismach zawodowych przyczyniłem się do dość sporej ilości rozważań natury czysto technicznej. Ponieważ doświadczenia na takich zebraniach nabyte większe się od zwykłych rozumowań i gawęd potocznych, zapatruję się na te sprawy krytycznie, gdyż inaczej dotąd u nas jeszcze zapatrywać się niepodobno. A przemysł graficzny jest gałęzią dziś za poważną, aby ją traktować tak powierzchownie, jak to niektórym się wydaje. Dlatego przyszedłem do przekonania, że postarać nam się najpierw należy *nie o tytuły* miestrzowskie jednostek, lecz *o rezultaty mistrzowskie* przy wykonywaniu naszych prac codziennych. A te osiągniemy nie przez wysławianie błogosławieństw płynących z osiągania tytułów, lecz przez gruntowne szkolenie się naszych ludzi przedewszystkiem na dzielnych pomocników. Tym ostatnim później opinja sama wyda tytuł taki, który będzie dla nich zaszczytem, tj. tytuł dzielnych fachowców. Gdy byłem jeszcze początkującym terminatorem, pomocnicy

z czcią powtarzali i wyliczali wszystkich dobrych, pierwszorzędnych pracowników z czasów przeszłych i obecnych i niejednego z nas skłaniała opinja taka do pracy nad sobą. Dlatego jestem zdania, że powinniśmy rozpoczynać od skromnych początków, a nie pnąć się bez należytego przygotowania do szczytów.

Kb.

O tekturze matrycowej.

W zaczątkach stereotypji sporządzono tekturę do matryc ręcznie przez zlepianie klejem mącznym najrozmaitszych gatunków papieru, począwszy od zwyczajnego piśmiennego, drukowego, Schrenza, a nieraz i makulatur. Rozwój stereotypji spowodował fabryki papieru do wytworzenia specjalnej tektury matrycowej.

Dobra tektura matrycowa winna posiadać grubość przynajmniej 1 mm i ważyć 1100 do 1200 gr na metr kwadratowy. Główną zaletą dobrej tektury tej powinna być odpowiednia jej elastyczność powierzchni i dostateczna odporność przeciw ciepłocie, również i przeciw spaleniu. Po spaleniu matrycy lub tektury matrycowej powinna ona pozostawiać przynajmniej 60% zwęglonej reszty, pomimo, że cała jej zawartość jest palną.

Pozostała resztka zwęglona świadczy o dobroci tektury i tajemnicy wynalazku. Mamy cały szereg soli mineralnych, które, mieszane odpowiednio z masą papierniczą lub przez odpowiednie impregnowanie gotowej tektury, powodują niezupełne jej spalenie.

Surowiec tektury matrycowej składa się z gałganów czyli odpadków bawełnianych, które na wstępie należycie będą odkurzane, gatunkowane o tyle, by przy nich nie pozostawały ewentualne części mineralne, guziki lub inne przedmioty metalowe. Następnie rozdrabnia się je w specjalnych maszynach na zupełnie delikatną włókienną masę. Od należytego rozdrabniania zależy dobroć. trwałość i elastyczność wyrobu.

By powiększyć odporność przeciw gorączce, dodaje się do masy tej 15% siarczanu wapna i 10% talkumu.

Jako środka łącznego masy używa się również wody szklanej, która utrudnia także spalenie włókna bawełnianego.

Przed użyciem masy tej dodaje się jeszcze do niej 5 do 6% wosku stearynowego. Dodatek ten umożliwia po odlewie płyty lekkie zdjęcie matrycy. Należycie wytworzona matryca jest stosunkowo lekkiej wagi, posiada elastyczność i przy uchwyceniu jej wyczuwa się tłustawość.

Celem osiągnięcia gładkiej powierzchni tektury, przepuszcza się ją przez maszynę zaopatrzoną w szczotki, które ją należycie gładzą o tyle, że powierzchnia otrzymuje połysk i nie pozostawają na niej luźne włókna masy papierniczej. W końcu satynuje się ją również za pomocą maszyn.

Stereotyper, chcąc się na wstępie swej pracy upewnić o dobrym jej wyniku, może się o dobroci tektury przekonać przez następującą próbę. Wycina się kawałek tektury wielkości 10 × 10 cm, odważy, a następnie spala nad silnym płomieniem gazu lub okowity. Pozostałe resztki są na wstępie żarzące, po ostygnięciu zupełnie czarne i nie rozpadują się w kawałki. Pozostałość tę powtórnie odważymy i skonstatujemy, ile pozostało ciężaru.

Renesans w oprawie książki.

(Ciąg dalszy z nr. 25.)

Osobliwością wieku 14 i 15 był też zwyczaj umocowywania książek na pulpitach lub w regałach łańcuchami. Czyniono to z tego względu, by uniemożliwić upadek ciężkiej książki z pulpitu no i rzecz oczywista, by zapobiec ewentualnemu jej zniknięciu. Taką bibljotekę z ksiąg łańcuchami przy mocowanych oglądać można dziś jeszcze w Anglji w katedrze w Hereford, gdzie śród 2 000 tomów 1 500 tkwi na łańcuchach. Tak samo w słynnej bibljotece Medyceuszów we Florencji, wybudowanej według projektów Michała Anioła, widzimy jeszcze dziś 80 pulpitów, wspaniale rzeźbionych z przymocowanemi do nich łańcuchami książkami.

Bogatszy spadek w oprawach pozostał nam po francuskim bibljofilu Janie Grolierze. Żył on od roku 1479 do 1565, więc przez 86 lat. Część życia spędził we Włoszech, gdzie piastował wysoki urząd głównego skarbnika wojskowego. Po zlikwidowaniu zaś pretensyj królów francuskich do Medjolanu, przeniósł się do Francji, prawdopodobnie do Paryża, gdzie pod koniec życia mianowany został podskarbim królewskim.

Grolier był człowiekiem bogatym i uczonym, a przytem posiadał wysoko i szlachetnie rozwinięty zmysł kolekcjonerski. Zbierał monety, medale, a przedewszystkiem książki. Jego bibljoteka, oprawiana wspaniale według jego własnych pomysłów, była chlubą jego, zawierała najznakomitsze dzieła ówczesne, których nie zbierał dla zbierania, ale które czytał, nad któremi pracował, a nawet użyczał innym. Przez długie lata był nietylko odbiorcą, ale pozostawał w żywych stosunkach z Aldem i jego spadkobiorcami, którym nawet użyczał rad, tyczących formy, czcionki i zdobnictwa książki. Bibljoteka Groliera liczyła około 3 000 tomów, wśród których pokaźne miejsce zajmowały Aldiny. Dziś znanych jest niespełna 600 tomów.

Po śmierci Groliera podzielili się bibljoteką jego spadkobiercy, dzięki czemu poszła w rozsypkę. Największą ilość egzemplarzy posiada dziś Bibljoteka Narodowa w Paryżu — bo 61 egzemplarzy. Zdarzające się jeszcze ostatnio w sprzedaży egzemplarze dochodziły do zawrotnej ceny, bo do 5 500 dolarów.

Oprawy Groliera są najwyższym wyrazem piękna renesansowego; wykonane były z marokenu o najrozmaitszych kolorach, albo z brązowej lub czerwonej skóry cielęcej. Szyte były na 5—7 wypukłych bind, mała zaś tylko część posiada na sposób wschodni grzbiety gładkie. Grzbiety, według mody ówczesnej, były rzadko lub skromnie zdobione. Brzegi książek były złocone lub malowane.

Nieodozwnym znakiem książki Groliera jest pergaminowa przedkładka (forzac), jak i 5 do 7 czystych kart na początku i na końcu książki, śród nich zawsze jedna pergaminowa. W środku okładki przedniej wytłoczony był złotymi literami tytuł książki, na tylnej w odpowiedniej wysokości sentensja: „Portio mea, Domine, sit in terra viventium", rzadziej: „Tanquam ventus est vita mea". U dołu, śród ornamentów, wytłoczone jest superexlibris Groliera: „Io Grolieri et amicorum" — własność Io Groliera i jego przyjaciół, dewiza przynajmniej dziś już niespotykana.

(Ciąg dalszy nastąpi.)

Jeżeli po odlewie ukazują się na matrycy pęcherzyki. to masa również nie była należycie przerobiona i jeszcze w wilgotnym stanie satynowana. Taka tektura matrycowa dla celów naszych nie jest odpowiednia.

Jak już wspomnieliśmy, resztka spalenizny musi być koloru zupełnie węglowo-czarnego. O ile spostrzeżemy szare znaki, podobne do popiołu od cygara, jest to dowodem, że tektura nie jest należycie spreparowana przeciw gorączce.

Do fabrykacji szarych tektur używa się po części produktów odpadkowych, które zawierają nieraz części metalowe, piasek, a także i szkło. Ponieważ przy fabrykacji tej tektury nie gatunkuje się należycie surowce, zdarza się więc, że wszelkie te części zmielone bywają razem i pozostawają ukryte nieraz w większych kawałkach w tekturze, co później przy kalandrowaniu form powoduje częściowe zniszczenie układu lub zupełne kliszy itp. *Gr.*

Z chwili bieżącej

Konkurs na listownik rozpisał zarząd Polskiego Tow. Graficznego w Poznaniu. Tekst listownika: Polskie Towarzystwo Graficzne w Poznaniu. — Warunki konkursu: wykonanie oraz dobór kolorów dowolny, jednakże nie więcej jak trzy kolory. Format kwart. Udział w konkursie wziąć mogą wszyscy drukarze oraz graficy. Prace nadsyłać należy pod adresem: K. Kobielski Poznań, ul. Wszystkich Świętych nr. 4, w dwóch oddzielnych kopertach, w jednej pracę z godłem, w drugiej godło z nazwiskiem. Nagrody wynoszą: pierwsza 25,—; druga 15,—; trzecia 10,— zł.

Nowe pismo. Nakładem i czcionkami drukarni Jana Skorupskiego w Śmiglu zaczęło wychodzić nowe pismo codzienne p. n. „Dziennik Śmigielski".

Technika Graficzna. Niedawno opuścił prasę drukarską numer 5 „Techniki Graficznej", organu Polskiego Tow. Graficznego w Poznaniu, wychodzącego pod redakcją p. L. Iczakowskiego.

Numer ten, wykonany technicznie beznagannie, z wyjątkiem marginesów okładki, zawiera m. in. następujące artykuły: Od hieroglifów do pisma łacińskiego. — Dwie wystawy graficzne w Poznaniu. — Rozstawianie kolumn. — Formaty papieru a szerokość zestawu. — Rubrykę rozmaitości. — Z działalności Polskiego Tow. Graficznego i inne.

Za najbardziej nowoczesną drukarnię w świecie uważa się, należącą do koncernu Northcliff w Londynie, urządzoną w nowowybudowanym gmachu drukarnię, w której obecnie stoją 42 duże maszyny rotacyjne, wyrzucające z siebie na godzinę 750 000 egzem. gotowych gazet. Składnica papieru znajduje się bezpośrednio pod salą maszyn. Ponieważ zaś wszystkie maszyny mają automatyczne urządzenie do zakładania rol papieru — można drukować bez przerwy.

Z przemysłu graficznego Finlandji. Według ostatnich danych statystycznych liczy Finlandja 175 drukarń, w tem 144 towarzystwa akcyjne. — Wartość brutto produkcji obliczono na 189 miljonów finl. marek. Z 4 700 pracowników finlandzkiego przemysłu graficznego, 85 procent zatrudnionych jest w tow. akcyjnych. Podczas, gdy wartość produkcji w ub. r. wzrosła o blisko 15 procent, to ilość pracowników powiększyła się o zaledwie 2 procent.

Z przemysłu graficznego w Ameryce. Niedawno ogłoszone sprawozdanie Ministerstwa Przemysłu i Handlu Stanów Zjednoczonych, o przemyśle drukarskim w 1925 r., wykazuje dalszy pomyślny rozwój drukarstwa amerykańskiego.

Podajemy kilka cyfr z wspomnianego sprawozdania, a dla porównania przytaczamy cyfry z sprawozdania z 1923 r.

Liczba drukarń wynosiła w 1925 r. 21 051, a w roku 1923 20 452, czyli w 1925 r. wzrosła w stosunku do 1923 r. o 2,9 procent.

Pracowników zatrudniano przeciętnie w 1925 r. 251 273, w 1923 r. 246 455; wzrost w 1925 r. o 2 procent. Największą cyfrę zatrudnionych wykazuje miesiąc grudzień, w 1925 r. 259 472 (95,1 procent), w 1923 r. 253 976 (95,7 procent); najmniejszą sierpień 246 749 w 1925 r. i 243 100 w 1923 r.

Płace w 1925 r. wynosiły 438 832 974 dol., w 1923 r. 399 387 583 dol., a więc w 1925 r. o 9,9 proc. zwiększyły się.

Wydatki na materjały, włącznie opału, prądu elektrycznego itd. wynosiły w 1925 r. 610 058 6956 dol., czyli o 4,1 proc. zwiększyły się w porównaniu do 1923 r., w którem wydano 585 935 675 dolarów.

Siła konna wynosiła w 1923 roku 357 048 koni, a w 1925 r. 408 310 koni, czyli wzrosła o 14,4 proc.

Prac kontraktowych było w 1923 r. za 117 950 134 dolarów, w 1925 r. 17,7 proc. więcej, bo za 138 872 030 dolarów.

Ogólna produkcja amerykańska przemysłu graficznego w 1925 r. przedstawiała wartość 2 259 638 230 dolarów, wzrosła więc w stosunku do 1923 r., w którem wynosiła 2 021 355 739 dolarów, o 12,3 procent.

Szkoda, że o naszym przemyśle graficznym nie możemy dać tak szczegółowych cyfr.

Trusty gazet w Ameryce coraz to więcej zwiększają się. Obecnie istnieje 55 oddzielnych grup, które dwa, względnie więcej pism kontrolują. Wpływ ich rozciąga się na 228 pism codziennie się ukazujących, z pośród których 172 wychodzi wieczorem, 56 rano, i na 89 pism niedzielnych. Porównanie powyższych cyfr z odpowiedniemi z przed dwóch lat wykazuje jak najwyraźniej, że zwiększyła się liczba koncernów z 31 na 55, a ilość pism, należących do trustów z 153 na 228. Ogólny nakład pism codziennych, w ciągu wspomnianego okresu, zwiększył się z 9 594 553 na 12 190 170 egzemplarzy, pism niedzielnych z 8 806 951 na 11 0552 450 egzemplarzy. Jeszcze trzy lata temu było w posiadaniu różnych koncernów 30 proc. pism codziennych i 41 proc. pism niedzielnych. Dziś podlega kontroli różnych trustów 36,6 proc. pism codziennych i 45,1 proc. pism niedzielnych prasy amerykańskiej.

Miesięcznik firmowy. Hiszpańska odlewnia czcionek Fundicion Tipografica National w Madrycie zaprowadziła pod pewnym względem nowość reklamową, na którą pozwolić sobie mogą naturalnie tylko dobrze ugruntowane zakłady przemysłowe. Wydaje bowiem miesięcznie jeden numer czasopisma „Revista de la Fundicion Tipografica National", w którym nietylko reklamuje własne wyroby, lecz omawia także wszystkie nowości z hiszpańskiego przemysłu graficznego.

Sekcja Naukowo-Dziennikarska powstaje przy Towarzystwie Literatów i Dziennikarzy w Warszawie. Jako jej organizatorowie i członkowie weszli do niej profesorowie szkoły dziennikarskiej pp. Łuniński, Jarkowski i Wassowski.

PRZEGLĄD PAPIERNICZY

Organ Stowarzyszenia Polskich Kupców Papierniczych w Poznaniu

Reklama — to potęga!

W jednem z pism zagranicznych ukazało się bardzo ciekawe i rzeczowe ujęcie kwestji racjonalnej reklamy handlu i przemysłu przez prezydenta Stanów Zjednoczonych A. P. Calvina Coolidge'a, które może być wskaźnikiem w pierwszym rzędzie i dla Polski.

„Wydaje mi się rzeczą zupełnie prawdopodobną, że czynnikiem naszego życia gospodarczego, któremu jedynie zawdzięczamy wielkie znaczenie w świecie — jest reklama. Gdy się stykamy z naszemi wielkiemi przedsiębiorstwami przemysłowemi, środkami transportowemi, olbrzymiemi przedsiębiorstwami rolniczemi, handlowemi i finansowemi, zdajemy sobie sprawę co do ich olbrzymiej wielkości, — ale nie zawsze zdajemy sobie sprawę z ich mniej lub więcej skomplikowanej działalności.

Już przez wielkość i charakter ich materjalnych form przemawiają one do nas. Wątpię, czy przy przeglądaniu gazet i czasopism, lub pobieżnem zwracaniu uwagi na tablice plakatowe wzdłuż linij kolejowych, na dworcach, ulicach i t. p., które stały się doskonałemi pośrednikami reklamowemi — zdajemy sobie sprawę z tej wielkiej roli, jaką one odgrywają.

Najbardziej pobieżne obserwowanie wyjaśnia nam, że reklama stała się wielkim interesem, wymagającym dużych inwestycyj pieniężnych, przestrzeni, współpracy wielkiej ilości ludzi, specjalnych środków transportowych, bardzo rozgałęzionej służby telefonicznej, telegraficznej i radjowej, dającej miljony dolarów rocznego obrotu. Jeżeli przystąpimy do analizowania wielkiej roli reklamy, to się przekonamy, że jej fundamentalne znaczenie ma podłoże wychowawcze. Umiejętna reklama objaśnia czytelników oraz informuje o całym szeregu artykułów, korzyściach oraz sposobie użycia i stosowania ich, wywołując popyt. Tworzy nowe myśli, nowe pomysły, życzenia i akcje. Przez zmianę zapatrywań zmienia materjalne położenie narodu. Przypominam sobie następujące zdanie Abrahama Lincolna: „W codziennem życiu opinja publiczna jest wszystkiem. Gdzie opinja publiczna jest za czemś, niema na to lekarstwa, bez niej nic się nie może udać. Kto wpływa na opinję publiczną i formuje ją, ten dociera intensywniej i głębiej, niż ten, kto wydaje ustawy i rozstrzygnięcia, których przeprowadzenie jest rzeczą względną, możliwą lub niemożliwą".

Reklama tworzy i zmienia oraz formuje opinję publiczną. Jest najskuteczniejszym i najwpływowszym środkiem, zmierzającym do przyjmowania lub zmiany przyzwyczajeń i zwyczajów życia, wpływa na to, co jemy, w co ubieramy się oraz na sposób pracy całego społeczeństwa. Dawniej było aksjomatem, że konkurencja jest duszą interesu, pod wpływem dzisiejszych metod dochodzimy do przekonania, że tylko reklama jest duszą przedsiębiorstwa. Przytoczę dwa przykłady ilustrujące wpływ reklamy. Pierwszy dotyczy amerykańskiego przemysłu, który w końcu 18 i 20-go wieku doszedł do niebywałych i wprost gigantycznych rozmiarów. W czasie dla siebie ewolucyjnym oraz w okresie najintensywniejszego rozwoju cały przemysł w znacznym stopniu posiłkował się reklamą. — Lecz nastąpił okres, w którym koncerny zawierające różne rodzaje fabrykacji fuzjonowały się i konsolidowały. Ponieważ wykluczało to prawie konkurencję, myślano, że nie należy zaznajamiać i reklamować wobec publiczności znaczenia tych produktów, ich pochodzenia i t. p. Rozpoczęto oszczędzać na reklamie i zupełnie ją wstrzymano.

Zrozumiałą jest rzeczą, że w dzisiejszych czasach nic podobnebo by się nie stało, lecz wówczas nie doceniano należycie reklamy. To doprowadziło do ostrego kryzysu ze względu na minimalny popyt, ani handel ani fabrykacja nie zwiększyły się, tak, że w końcu ze względu na powstałe olbrzymie straty musiano przystąpić do całkowitej reorganizacji i przy uwzględnieniu tak ważnej rzeczy, jaką jest reklama, doprowadzono całą gałąź przemysłową do ponownego rozkwitu.

Od nieszczęsnych eksperymentów — przez niewprowadzenie reklamy, co zawsze odbija się stratą na przedsiębiorstwie, przejdziemy do wypadku, gdzie przez umiejętne stosowanie reklamy doszło do wielkich zysków.

W pewnem środowisku grupa kapitalistów posiadała zakład przemysłowy. Od pracowników tego przedsiębiorstwa nie wymagano żadnych specjalnych rzeczy, przyjmowano nowych przybyszów, przyzwyczajonych do bardzo skromnego życia. Ich potrzeby były niewielkie, tak, że przy amerykańskim sposobie wynagradzania, oni sami i ich rodziny mogły się

Normalizacja formatów papieru w Polsce.

W poprzednim numerze pisma naszego obszernie przedstawiliśmy korzyści oraz potrzebę normalizacji wyrobów przemysłowych, dalej normalizację w Polsce oraz w ogólnym zarysie pracę Polskiego Komitetu Normalizacyjnego. W ślad tego, podajemy dziś tabelę znormalizowanych formatów papieru, ustalonych w grudniu 1925 r., przez Polski Komitet Normalizacyjny, na którego czele stoi p. inż. Piotr Drzewiecki.

Formaty papieru

Polskie Normy

Przykład oznaczenia: ćwierć arkusza szeregu A oznacza się: Format A 4.

Wymiary podane w tablicy należy uważać za największe; uchybienia dopuszczalne są tylko wdół, i to możliwie jaknajmniejsze.

Stosunek boków arkuszy wszystkich formatów jest $1:\sqrt{2}$, czyli równy jest stosunkowi boku kwadratu do jego przekątni.

Podstawą szeregu A jest arkusz o powierzchni 1 m^2, o bokach 840 × 1188 (ściślej 841 × 1189). Formaty jednego szeregu otrzymuje się przez dzielenie na połowy, ćwiartki, ósemki i t. d. największego arkusza.

Liczba klasy danego formatu wskazuje, ile razy odpowiedni arkusz poczwórny musi być złożony, albo przecięty napół, aby powstał ten format; np. format A 4 powstaje przez czterykrotne złożenie formatu A 0.

Długość boku arkusza w szeregu C jest średnią geometryczną między długościami boków arkuszy w szeregach A i B; długość boku A jest średnią geometryczną między długościami boków szeregów C i D.

Szeregowi A należy zawsze oddawać pierwszeństwo; tylko wtedy, gdy szereg ten nie odpowiada określonemu celowi, można uciec się do szeregu B. Dopiero na trzeciem miejscu mogą być brane pod uwagę szeregi C i D.

Format A 4 (210 × 297) przyjęty zostaje jako typowy arkusz listowy, zamiast dotychczasowych formatów ćwiartek listowych i formatów folio.

Format A 6 (105 × 148) jest formatem kart pocztowych i t. zw. „formatem kieszonkowym“.

Format		Szereg A Szczególnie zalecony, mm	Szereg B mm	Szereg C mm	Szereg D mm
Klasa	Nazwa				
0	Arkusz poczwórny	840 × 1 188	1000 × 1414	917 × 1297	770 × 1090
1	Arkusz podwójny	594 × 840	707 × 1000	648 × 917	545 × 770
2	Arkusz	420 × 594	500 × 707	458 × 648	385 × 545
3	Pół arkusza	297 × 420	353 × 500	324 × 458	272 × 385
4	Ćwierć arkusza	210 × 297	250 × 353	229 × 324	192 × 272
5	Kartka	148 × 210	176 × 250	162 × 229	136 × 192
6	Pół kartki	105 × 148	125 × 176	114 × 162	96 × 136
7	Ćwierć kartki	74 × 105	88 × 125	81 × 114	68 × 96
8	—	52 × 74	62 × 88	57 × 81	48 × 68
9	—	37 × 52	44 × 62		
10	—	26 × 37	31 × 44		
11	—	18 × 26	22 × 31		
12	—	13 × 18	15 × 22		
13	—	9 × 13	11 × 15		

utrzymać bez zbytniego przepracowania. Wskutek tego produkcja w stosunku do ilości zatrudnionych była ograniczona i nie stała w żadnym stosunku do kosztów przedsiębiorstwa oraz kapitału.

W kilku głowach powstał pomysł, aby w owem osiedlu zainstalować zdolną modystkę. Towary i artykuły owego domu mody były doskonale reklamowane przy pomocy gazet i cyrkularzy. Ale bardzo dobrze wiemy, że nowy kapelusz na kobiecej głowie dla sąsiedztwa jest rzeczą bardzo zaraźliwą. W konsekwencji niewiasty z tej gminy lepiej się ubierały, miały większe wymagania, przez co zmusiły mężów do szukania stałego zajęcia i intensywniejszej pracy. Produkcja owego przedsiębiorstwa bardzo się zwiększyła, koszty utrzymania bardzo się zmniejszyły, zysk znacznie się podniósł, wyroby można było sprzedawać po cenach niższych i w całem osiedlu zapanował dobrobyt. Podniosła się znacznie stopa życiowa w tejże miejscowości, każdy ubierał się lepiej, lepiej odżywiał i lepiej mieszkał. Społeczeństwo przystroiło dobrze wyższe aspiracje i wszystko dzięki umiejętnej reklamie.

Umiejętna reklama wpływa na potanienie produktu i wynagrodzenia. W dawnych czasach kupcy chodzili od drzwi do drzwi, później przystąpiono do rozkładania towarów na ladach i półkach sklepowych. Są to oczywiście przeżytki, ponieważ nowoczesny interes wymaga umiejętnej i stałej reklamy. Nie wystarcza tylko produkować, trzeba również stworzyć zapotrzebowanie i popyt. Powodzenie amerykańskiego systemu przemysłowego spoczywa głównie na tej hipotezie. Niecywilizowane narody robią minimalne postępy ze względu na minimalne potrzeby. Mieszkańcy naszego kraju (Ameryka) ciągle pobudzani są do nowych dążeń, posiadają coraz wyższe aspiracje, ażeby to wszystko zaspokoić, zwiększają siłę produkcji, tworzą więcej bogactwa. System ten wpływa na rozrost potęgi cywilizacji.

Ostatecznie reformatorami interesu winni być sami kupcy i przemysłowcy i jeszcze raz podkreślam że nie należy zapominać o doniosłej roli, jaką odgrywają przedsiębiorstwa, zajmujące się kampanjami reklamowemi".

Notatki

Opłaty stemplowe od pokwitowań z odbioru przedmiotów. Sejmowa Komisja Skarbowa uchwaliła nadać ustępowi pierwszemu artykułu 136 ustawy o opłatach stemplowych brzmienie następujące:

„Pokwitowania z odbioru pieniędzy i papierów wartościowych podlegają zasadniczo opłacie 20 gr".

Tekst powyższy różni się od dotychczasowego brakiem wyrazów „i innych przedmiotów".

Ze względu na duże prawdopodobieństwo, iż tekst ten stanie się ustawą, Ministerstwo Skarbu poleciło izbom skarbowym i urzędom skarbowym, aby narazie zaniechały kwestjonowania pokwitowań z odbioru przedmiotów, nie będących pieniędzmi ani papierami wartościowemi. (Weksle i czeki są papierami wartościowemi; p. wykładnię nr. 30 w Dz. U. Min. Sk." nr. 7/1927).

Nowe określenie lichwy pieniężnej. Rozporządzenie min. skarbu i sprawiedliwości (Dz. U. nr. 53) określa jako maksymalny procent w stosunkach kredytowych pieniężnych 12 procent w stosunku rocznym. Poczynając zatem od 15 czerwca rb. nie wolno pobierać przy pożyczkach procentu wyższego od 12 procent w stosunku rocznym. Umowy o pożyczki pieniężne zawarte przed 15 czerwca, w których procent jest od 12 proc., ulegają wykonaniu w ten sposób, że procent umówiony może być pobrany tylko za czas do najbliższego terminu ich płatności. Termin ten nie może przekraczać daty 15 lipca 1927 r.

O stosunki handlowe z Czechosłowacją. Izba Handlowa w Katowicach komunikuje, że fabrykanci sztucznych kwiatów i liści z Czechosłowacji pragną nawiązać stosunki handlowe z polskiemi firmami tej branży. Informacji udziela wspomniana Izba pod nr. 3765.

Firma czechosłowacka posiadająca wyłączne zastępstwo biurowego aparatu do klejenia, pragnie oddać zastępstwo na Polskę. Informacje w Izbie pod nr. 3582.

Komunikaty Targu Poznańskiego. Urząd Targu Poznańskiego donosi, że od 2—11 lipca rb. odbędą się Targi w Lubljanie (Jugosławja). Osoby mające zainteresowanie dla zwiedzenia powyższych Targów, zechcą zwracać się do Urzędu Targu celem wykupienia legitymacji, uprawniających do zniżek kolejowych w drodze powrotnej.

Podajemy do wiadomości zainteresowanych, że Konsulat Polski w Marsylji wydaje od 4 miesięcy perjodyczny biuletyn informacyjny, którego celem jest zaznajamianie miejscowych sfer kupieckich z rozwojem życia ekonomicznego w Polsce. Akcja ta wywołała ten skutek, że zainteresowanie sfer kupieckich południowej Francji dla naszego przemysłu coraz bardziej wzrasta i do Konsulatu zgłaszają się interesenci w sprawie importu z Polski artykułów z różnych branż oraz nawiązania bliższych stosunków handlowych z polskiemi firmami.

Konsulat, działalność którego obejmuje 23 departamenty południowej Francji, jakoteż francuskie kolonje Afryki północnej, widząc ważne atuty dla rozwoju naszego eksportu do Francji, postanowił rozszerzyć dotychczasową redakcję biuletynu w ten spo-

sób, że oprócz dotychczasowej treści, informującej nadal systematycznie o najciekawszych zdarzeniach we wszystkich naszych dziedzinach gospodarczych, będzie umieszczał indywidualne wiadomości o poszczególnych firmach, inseraty, anonsy, których celem bezpośrednie stworzenie kontaktu między kupcem polskim a francuskim.

Wobec powyższego wskazanem jest by firmy polskie wzięły jak najczynniejszy udział w powyższej imprezie, a mianowicie nadsyłały swe zapytania, anonsy, inseraty, względnie artykuły o swej produkcji oraz wszelkie bliższe dane o swej firmie pod adresem Konsulatu Polskiego w Marsylji, 6 Place St. Ferréol. Marseille.

Firma komisjonerska w Konstantynopolu gotowa jest objąć przedstawicielstwo polskich wytwórni m. in.: papieru kancelaryjnego i innych.

Nowe znaczki pocztowe. Ku uczczeniu Konstytucji 3 Maja Ministerstwo Poczt i Telegrafów wydało nową emisję znaczków pocztowych na karty pocztowe i na listy po 10 i 20 gr, które poczta będzie sprzedawała po 15 i 25 gr — 5 gr przeznaczając na cele Tow. Czytelni Lud.

Rysunek znaczka pocztowego, o zwykłym wymiarze 20.5 mm × 20.5 mm przedstawia w prostokącie głowę młodzieńca, trzymającego w ręku płonącą lampkę oliwną. W lewym rogu nad płomieniem lampki widnieją cyfry 10 lub 20 w zależności od wartości znaczka. W górnej części znaczka znajduje się napis: „Na oświatę 5 groszy". Znaczki powyższe utrzymane są w kolorach — 10 groszy w kolorze brązowym na tle jasno-zielonym, 20 gr — w kolorze jasno-niebieskim na tle żółtem.

Ponieważ nakład znaczka jest ograniczony — tylko 6 miljonów sztuk, a będzie mógł być używany tylko do 1 kwietnia 1928, znaczek stał się już przedmiotem zainteresowania filatelistów zagranicznych, którzy poczynili znaczniejsze zakupy.

Zarobki Kas Chorych. W „Przeglądzie Ubezpieczeń Społecznych" ukazało się sprawozdanie finansowe Kas Chorych z r. 1925, opracowane przez Ministerstwo Pracy i Opieki Społecznej. Jak wynika z powyższego sprawozdania, ogółem osiągnięto ze składek 131 570 000 zł, przyczem przeciętna składka roczna z wszystkich Kas Chorych wynosiła 79 zł.

Na świadczenia wydano ogółem 107 000 000 zł i główną pozycję stanowią zasiłki pieniężne, które w stosunku do składek wynoszą 26 proc. Koszta administracyjne, zwłaszcza w nowo zorganizowanych Kasach pochłaniają prawie połowę sumy, zebranej ze składek. Zaległe składki wynoszą przeszło 26 000 000 złotych. Suma aktywów Kas Chorych wynosi ogółem 48 000 000 zł, pasywów 15 000 000 zł, co daje nadwyżkę 33 000 000 zł.

Jak widać z powyższego, nadwyżka jest dosyć znaczną i zadziwiającą, tem więcej, o ile weźmie się pod uwagę tę okoliczność, że Kasy Chorych są przecież instytucjami bądź co bądź urzędowemi i jako takie, powinny budżetowo pokrywać dochody z wydatkami, gdyż nie są przedsiębiorstwami zarobkowemi. Tymczasem w tym wypadku brak jest dostatecznego uzasadnienia dla tego rodzaju nadwyżki. (o).

Potęga reklamy w Ameryce. W Stanach Zjednoczonych jest conajmniej 99 firm, z których każda wydaje na ogłoszenie w prasie i inne reklamy więcej niż po pół miljona dolarów. Wśród tych firm na pierwszem miejscu stoi Ford, który wydaje na reklamy 3 miljony dolarów.

Wszystkie te 99 firm wydają rocznie 56 miljonów dolarów na ogłoszenia, z czego 46 miljonów przypada na miesięczniki i tygodniki, czyli tak zwane magazyny. Dzienniki więc z tego funduszu na reklamę pochłaniają olbrzymią, jak na polskie stosunki, sumę 10 miljonów dolarów. A przecież poza temi wielkiemi firmami są jeszcze setki tysięcy firm mniejszych. — I one również wydają stosunkowo bardzo wiele na reklamę. Podobno są też zdania, że reklamie przedewszystkiem zawdzięczają swoje powodzenie.

Informacje dla eksporterów polskich. Izba przemysłowo-handlowa w Poznaniu komunikuje, że otrzymała od Państwowego Instytutu Eksportowego referat dotyczący organizacji polskich przedstawicielstw handlowych w Brazylji, uwagi dotyczące eksportu polskiego na Daleki Wschód, do Chin i Mandżurji.

Powyższe raporty są do przejrzenia w Referacie Ekonomicznym (pokój nr. 3) w godzinach urzędowych 8—3. Tamże wyłożone są do przejrzenia raporty konsularne dotyczące sytuacji gospodarczej Łotwy i Czechosłowacji.

O posady dla absolwentów Liceum Handlowego i praktyki dla studentów W. S. H. W dniu 28 czerwca r. b. opuści progi szkolne pierwszy zastęp absolwentów Liceum Handlowego Izby Przemysłowo-Handlowej w Poznaniu. Absolwenci ci stoją wobec trudnej do rozwiązania sprawy posady, gdyż tylko część z pośród nich ma zapewnione zatrudnienie, podczas gdy 13 abiturjentów i 12 abiturjentek poszukuje zajęć w handlu, przemyśle, bankowości względnie transportach.

W chwili tej Izba Przemysłowo-Handlowa w Poznaniu zwraca się do kół przemysłowo-handlowych z gorącą prośbą o zaofiarowanie miejsc wolnych wychowankom tej uczelni, którą powołały do życia czynniki gospodarcze zrzeszone w Izbie.

Zgłoszenia przyjmuje Dyrektor Liceum Handlowego (ul. Wrocławska nr. 17) listownie, bądź osobiście w godzinach od 9—1.

Równocześnie uprasza Izba Przemysłowo-Handlowa w Poznaniu o zgłoszenie firm, które byłyby gotowe przyjąć na praktykę wakacyjną studentów Wyższej Szkoły Handlowej w Poznaniu. W sprawie tej należy się zwracać do Dyrektora W. S. H. (Aleje Marcinkowskiego 3).

Ogłoszenia: 1/1 strona 80 zł, 1/2 str. 40 zł, 1/4 str. 20 zł, 1/8 str. 10 zł, 1/16 str. 5 zł, 1/32 str. 2.50 zł. Na str. I. okładki 100%, na stronie II, III i IV okł. 50% więcej. Dla poszukujących posad 50% opustu. Numery okazowe i dowodowe opłaca się. Ogłoszenia przyjmuje się do środy rana godz. 9.

Przedpłata kwartalna 6.00 zł, miesięczna 2.00 zł, z dostawą w dom. Numer pojedyńczy 50 gr.

- - - Konto czekowe P. K. O. Nr. 202 868 - - -
Wydawca: „Związek Zakładów Graficznych i Wydawniczych na Polskę Zachodnią z siedzibą w Poznaniu", Stary Rynek Nr. 4. Telefon 25-55.
Redaktor odpow.: Teodor Kryg w Poznaniu.
Rękopisów niezamówionych nie zwracamy.

Czcionkami Drukarni Polskiej Tow. Akc. w Poznaniu, św. Marcin 70